

**FUNGSI JARINGAN SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI
TAHU DI ERA EKONOMI DIGITAL
(Studi Kasus Di Dusun Sidorahayu Desa Sidomulyo Kecamatan Punggur
Kabupaten Lampung Tengah)**

Skripsi

Oleh:

**ARISKA PRATIWI
NPM 1916011014**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

FUNGSI JARINGAN SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI TAHU DI ERA EKONOMI DIGITAL (Studi Kasus Di Dusun Sidorahayu Desa Sidomulyo Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah)

Oleh

Ariska Pratiwi

Industri tahu di Dusun Sidorahayu Desa Sidomulyo merupakan industri rumah tangga yang bersifat sederhana. Dalam pengembangannya industri tahu memiliki berbagai masalah, yaitu permasalahan dalam bahan baku, modal dan pemasaran. Pemasaran yang hanya dilakukan di dalam satu daerah membuat industri tahu di Dusun Sidorahayu tidak mengalami perkembangan. Untuk memahami permasalahan tersebut dapat dikaji dengan menggunakan teori jaringan sosial Mitcell. Metode yang digunakan untuk memecah permasalahan tersebut menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis pendekatan studi kasus. Dalam metode tersebut peneliti memanfaatkan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi untuk mendapatkan data. Sedangkan untuk analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik reduksi data dan kemudian diuji keabsahan datanya. Dari proses tersebut hasil yang ditemukan dalam penelitian ini adalah jaringan sosial di lingkungan industri tidak dapat difungsikan dengan baik. Jaringan sosial yang tidak berfungsi tersebut menyebabkan produsen tahu tidak dapat memperluas pemasarannya. Jaringan sosial tidak berhasil di bentuk disebabkan oleh tidak terbentuknya kepercayaan antar produsen tahu yang menyebabkan munculnya permasalahan horizontal. Konsekuensinya organisasi di dalam lingkungan industri tidak dapat berhasil di bentuk, menyebabkan industri tahu tidak dapat berkembang. Selain itu produsen tahu juga tidak berhasil dalam melakukan pemasaran secara digital. Karena mereka tidak memiliki kapabilitas dalam penggunaan teknologi.

Kata Kunci : *Jaringan Sosial, Ruang Digital, Pemasaran, Industri tahu*

ABSTRACT

THE FUNCTION OF SOCIAL NETWORKS IN THE DEVELOPMENT OF THE TOFU INDUSTRY IN THE DIGITAL ECONOMY ERA (Case Study At Dusun Sidorahayu, Desa Sidomulyo, Kecamatan Punggur District, Kabupaten Lampung Tengah)

By

Ariska Pratiwi

The tofu industry at Dusun Sidorahayu, Desa Sidomulyo is a simple home industry. In the growth, the tofu industry has various problem in raw materials, capital and marketing. Tofu industry at Sidorahayu Hamlet is not growing because only have one of location marketing. To understand this further, can use Mitchell's social network theory, using qualitative methods, a type of case study approach. The collection data is interviews, observation and documentation. After that, reduction and validation data. The results of this study are social networks in the industrial environment cannot function properly, that is cause manufacturers know not can expand their market. Social networks are not successful in the form caused by the lack of trust between tofu producers cause the emergence of horizontal problems. Consequently the organization in an industrial environment can not be successfully formed, so the industry know it can't development. Apart from that, tofu producers also did not succeed do digital marketing. Because they don't have the capability in technology use.

Keywords : Social Network, Digital Space, Marketing, tofu industry

**FUNGSI JARINGAN SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI
TAHU DI ERA EKONOMI DIGITAL
(Studi Kasus Di Dusun Sidorahayu Desa Sidomulyo Kecamatan Punggur
Kabupaten Lampung Tengah)**

Oleh:

ARISKA PRATIWI

Skripsi

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar
SARJANA SOSIOLOGI**

Pada

**Jurusan sosiologi
Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik
Universitas lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

Skripsi

**: FUNGSI JARINGAN SOSIAL DALAM
PENGEMBANGAN INDUSTRI TAHU DI ERA
EKONOMI DIGITAL (STUDI KASUS DI
DUSUN SIDORAHAYU DESA SIDOMULYO
KECAMATAN PUNGGUR KABUPATEN
LAMPUNG TENGAH)**

Nama Mahasiswa

: Ariska Pratiwi

Nomor Pokok Mahasiswa

: 1916011014

Program Studi

: Sosiologi

Fakultas

: Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik



**M. Guntur Purboyo, S.Sos., M.Si
NIP. 198611292019031007**

2. Ketua Jurusan Sosiologi

**Dr. Bartoven Vivit Nurdin, M.Si.
NIP. 197704012005012003**

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua

: **M. Guntur Purboyo, S.Sos., M.Si.**



Penguji Utama

: **Drs. Usman Raidar, M.Si.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.

NIP. 19610807 198703 2 001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **11 April 2023**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik(Sarjana), baik di Universitas Lampung maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Bandar Lampung, 11 April 2023

Membuat Pernyataan



Ariska Pratiwi

NPM. 1916011014

RIWAYAT HIDUP



Ariska Pratiwi, dilahirkan di Desa Sumberrejo, Kecamatan Kota Gajah, Kabupaten Lampung Tengah pada tanggal 23 Maret 2001. Anak kedua dari dua saudara, hasil buah cinta dari Bapak Soiran dan Ibu Sariyem. Saudara pertama bernama Wahyudi. Bergama islam, bersuku Jawa dan berkebangsaan Indonesia.

Peneliti menempuh pendidikan di TK Pertiwi Desa Sumberrejo pada tahun, 2006-2007, kemudian dilanjutkan di SDN 1 Sumberrejo pada tahun 2007-2013, SMPN 1 Punggur pada tahun 2013-2016, dan SMAN 1 Punggur pada tahun 2016-2019. Kemudian pada tahun 2019 peneliti terdaftar sebagai mahasiswa di Universitas Lampung di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Sosiologi melalui jalur SNMPTN.

Pada tahun 2022 bulan Januari-Februari peneliti melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Kenanga Sari, Kecamatan Seputih Surabaya, Kabupaten Lampung Tengah. Pada tahun yang sama, khususnya pada bulan Agustus hingga bulan februari 2023 peneliti melaksanakan Praktik Kerja Lapangan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (PKL-MBKM). Selain aktif kuliah peneliti juga aktif bergabung di Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung (Kopma Unila) Periode 2020-2021 sebagai Anggota. Pada tahun yang sama juga peneliti aktif di HMJ Sosiologi sebagai anggota bidang dana dan usaha.

MOTTO

“Kerjain, Jangan Mager”

(Penulis)

“Berproseslah tanpa harus membandingkan dengan proses orang lain”

(Penulis)

Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Dia mendapat (pahala) dari (kebajikan) yang dikerjakannya dan dia mendapat (siksa) dari (kejahatan) yang diperbuatnya.

(QS. Al-Baqarah [2]: 286)

PERSEMBAHAN

Dengan segala rasa syukur kepada Allah SWT maka saya persembahkan karya ilmiah saya kepada:

1. Kedua orang tua saya Ibu Sariyem Dan Bapak Soiran. Dengan segala cinta dan kasih sayang yang beliau berikan. Doa-doa terbaik yang beliau berikan untuk segala proses yang saya lalui. Selalu mendukung apa yang menjadi pilihan saya. Ibu dan Bapak, saya ucapkan banyak terimakasih atas segala doa, kasih sayang, semua pengorbanan yang dilakukan hingga saat ini.
2. Kakak ku tersayang, Wahyudi, aku ucapkan banyak terimakasih karena telah menjadi pendukung dan pembangkit semangat ketika aku merasa lelah atau ingin menyerah.
3. Sahabat-sahabatku tercinta semasa sekolah dan kuliah, kalian sangat hebat. Terimakasih telah menjadi tempat berteduh dan saling berbagi kehidupan.
4. Dosen pembimbing dan dosen penguji serta dosen pembimbing akademik yang sangat luar biasa, terimakasih atas bimbingan dan arahan selama penulisan skripsi.
5. Keluarga besar jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
6. Almamater-Ku Tercinta.

SANWACANA

Bismillahirraahmanirahim,

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur atas kehadiran Allah SWT, karena atas segala limpahan rahmat, nikmat, dan kasih sayangNya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir sebagai mahasiswa jurusan Sosiologi dengan judul **“Fungsi Jaringan Sosial Dalam Pengembangan Industri Tahu Di Era Ekonomi Digital (Studi Kasus Di Dusun Sidorahayu Desa Sidomulyo Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah)”** yang merupakan salah satu syarat untuk penulis untuk mendapatkan gelar sarjana Sosiologi dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.

Dalam proses penyusunan tugas akhir ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung, pihak pendukung, dan pihak-pihak tercinta yang telah memberikan penguatan, arahan, hingga motivasi kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat ketidaksempurnaan baik dalam penulisan, pembahasan maupun materi yang disajikan. Sehingga penulis bersedia menerima segala bentuk arahan, kritikan atau masukan guna kemudian penulis dapat memperbaiki karya-karya selanjutnya di masa mendatang. Dalam kesempatan ini, dengan kerendahan dan ketulusan hati penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang terlibat dan penguat selama penulis menyusun skripsi ini, teruntuk kasih sayang dan cintanya penulis ucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT dengan rahmat-Nya yang senantiasa selalu menyertai segala bentuk proses kehidupan penulis, menolong dan memberikan kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dan serangkaian prosesi akademik dengan baik.

2. Kedua orang tua yang tercinta yaitu Ibu Sariyem dan Bapak Soiran, terimakasih atas doa, pengorbanan, arahan, bimbingan, dan kasih sayang yang tak henti-hentinya untuk aku. Terimakasih atas segala jerih payah kalian. Terimakasih banyak telah mendukung dan mengarahkan segala pilihan ku. Tugas akhir dan gelar yang aku dapatkan aku persembahkan untuk orang tua ku tercinta, terimakasih telah melahirkan aku, semoga kalian sehat selalu, panjang umur, lancar rezeki, selalu bahagia, dan semoga kalian juga mampu melihat semua perkembangan yang terjadi pada diriku. I love you.
3. Mamas ku tersayang, Wahyudi. Terimakasih banyak telah memberikan cinta dan kasih sayangnya yang terus menerus. Terimakasih telah menjadi kakak yang selalu melindungi dan menuntun aku.
4. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
5. Bapak Dr. Dedy Hermawan, M.Si. selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik dan Kerjasama Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung yang telah membantu segala urusan akademik penulis.
6. Ibu Dr. Bartoven Vivit Nurdin, M.Si. selaku Ketua Jurusan Sosiologi yang telah memberikan masukan dan dukungan selama penulis menjalani perkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.
7. Bapak Aziz Amriwan., S.sos., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik mahasiswa, terimakasih atas bimbingan, segala pembelajarannya, nasihat, dorongan semangat, dan dukungan yang telah diberikan kepada peneliti selama perkuliahan dan dalam menyusun skripsi ini hingga selesai.
8. Bapak M. Guntur Purboyo, S.sos., M.Si. selaku dosen pembimbing penulis, terimakasih atas bimbingan, masukan, arahan dan bantuan bapak selama penulis menyusun tugas akhir ini. Terimakasih telah sabar membimbing penulis, semoga bapak selalu diberikan kesehatan, kelancaran setiap urusan serta kebahagiaan.

9. Ibu Drs. Usman Raidar, M.Si. selaku dosen penguji penulis. Terimakasih banyak Bapak Usman atas segala masukan dan kritiknya. Penulis berharap dan doakan semoga Bapak selalu diberikan kebahagiaan, kesehatan dan kelancaran. Bapak orang baik, semoga segala hal baik selalu menyelimuti Bapak.
10. Seluruh dosen Sosiologi-Ku tercinta, terimakasih atas ilmu-ilmu yang telah diberikan, tanpa kalian penulis tak akan mampu menjadi seperti sekarang, atas didikan dan nasehat kalianlah penulis semakin tumbuh.
11. Staff jurusan Sosiologi, Mas Edi dan Mas Daman yang telah membantu penulis dalam mengurus segala keperluan administrasi, kalian hebat. Terimakasih telah membantu di setiap urusan akademik penulis.
12. Seluruh informan penelitian, Bapak Mujahidin, Ibu Riza, bapak Siswanto, Ibu Parsiah, Ibu Siti Badriah, Ibu Siti serta masyarakat Dusun Sidorahayu yang telah memberikan izin dan bantuannya kepada peneliti dalam mengumpulkan data terkait penelitian yang dilakukan. Sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
13. Mas Rahmat dan Pancas yang sudah membantu dalam proses pengumpulan data. Berkat bantuan kalian penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
14. Sahabatku, Zaza terimakasih sudah banyak membantu dalam proses kuliah terutama dalam mengerjakan tugas akhir ini. Terimakasih sudah menjadi tempat untuk bercerita.
15. Sahabatku, Sevia Anggita terimakasih sudah menemani perjalanan pendidikan-ku dari Smp hingga sekarang. Terimakasih sudah mau direpotkan dalam proses pengumpulan data, menemani saat bimbingan dan memberikan semangat saat kelelahan. Termakasih sudah menjadi orang baik dan tetap teruslah menjadi baik.
16. Sahabat-sahabatku yang telah menemani masa-masa studiku di Jurusan Sosiologi yaitu Sasti, Shela, Salma. Terimakasih sudah menjadi rumah untuk berkeluh-kesah selama menjalani perkuliahan.
17. Teman-teman Magang Di Balai Pemerintah Desa yaitu Evita, Alfia, Windi, Amel, Milen, Alfi, Arum dan Komang. Terimakasih sudah menjadi tempat berdiskusi selama proses magang dan proposal.

18. Teman-teman seperjuangan Sosiologi 2019. Yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas kerjasama dan kebersamaan dari awal kuliah hingga akhir.
19. Hmj Sosiologi Unila dan kakak tingkat, terimakasih karena telah memberikan pengalaman sebagai pembelajaran dan bantuannya dalam mengerjakan skripsi ini.
20. Almamater tercinta, Universitas Lampung

Bandar Lampung, 11 April 2023

Ariska Pratiwi

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR LAMPIRAN	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Kerangka Pemikiran	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Penelitian Terdahulu	12
2.2. Tinjauan Tentang Ekonomi Digital	13
2.2.1 <i>Cyber Space</i> (Ruang Digital	16
2.2.2 Karakteristik <i>Cyber Space</i> (Ruang Digital	16
2.2.3 Pemberdayaan.....	17
2.2.4 <i>Intergeneration Equality</i> (Kesetaraan Antargenerasi	18
2.3. Tinjauan Tentang Jaringan Sosial.....	18
2.3.1 Pengertian Jaringan Sosial.....	18
2.3.2 Pendekatan Jaringan Sosial.....	19
2.3.3 Jenis Jaringan Sosial	20
2.4. Jaringan Sosial Mitchell J. Cyldes	21
2.4.1 Pengertian Jaringan Sosial Mitchell J. Cyldes	21
2.4.2 Karakteristik Jaringan Sosial Mitchell J. Cyldes	21
2.4.3 Konsep Jaringan Sosial Mitchell J. Cyldes	22
2.5. Tinjauan Tentang Organisasi	23
2.5.1 Pengertian Organisasi	23
2.5.2 Ciri-ciri Organisasi	23
2.5.3 Manfaat Organisasi	24
2.6. Tinjauan Tentang Industri Rumahan	24
2.6.1 Pengertian Industri Rumahan	24
2.6.2 Karakteristik Industri Rumahan.....	25

2.6.3	Manfaat Industri Rumahan	26
2.7.	Tinjauan Industri Tahu	26
BAB III METODE PENELITIAN		27
3.1.	Tipe Penelitian	27
3.2.	Lokasi Penelitian	27
3.3.	Fokus Penelitian.....	28
3.4.	Instrumen Penelitian	28
3.5.	Sumber Data	28
3.6.	Penentuan Informan.....	29
3.7.	Teknik Pengumpulan Data	29
3.8.	Teknik Analisis Data	33
3.9.	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	34
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN		35
4.1.	Profil Desa Sidomulyo.....	35
4.1.1	Letak Geografis	35
4.1.2	Keadaan Demografi Dan Kependudukan	36
4.2.	Profil Industri Tahu Di Dusun Sidorahayu	42
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN		47
5.1.	Identitas Informan.....	47
5.2.	Hasil Penelitian.....	50
5.2.1	Jaringan Pasar Industri Tahu Di Dusun Sidorahayu.....	50
5.2.2	Permasalahan Industri Tahu Di Dusun Sidorahayu.....	52
5.2.3	Strategi Menyiasati Kerugian	54
5.2.4	Hubungan Dan Interaksi Sosial Pelaku Industri Tahu Di Dusun Sidorahayu	56
5.2.5	Relasi Sosial Pelaku Industri Tahu Di Dusun Sidorahayu	58
5.3.	Pembahasan	60
5.3.1	Jaringan Sosial Pelaku Industri Tahu Di Dusun Sidorahayu.....	60
5.3.2	Strategi Industri Tahu Untuk Dapat Berkecimpung Dalam <i>Cyber Space</i> (Ruang Digital) Sebagai Pelaku Ekonomi Digital	68
5.3.3	Fungsi Jaringan Sosial Dalam Pengembangan Industri Tahu	71
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....		75
6.1.	Kesimpulan.....	75
6.2.	Saran	76
DAFTAR PUSTAKA		77

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Matrik Perbandingan Teori Jaringan Sosial.....	7
Tabel 3.1 Matrik Observasi Pada Industri Rumahan Tahu	30
Tabel 3.2 Matrik Wawancara Pada Industri Rumahan Tahu	31
Tabel 4.1 Sarana Dan Prasarana Pendidikan.....	37
Tabel 4.2 Mata Pencaharian Masyarakat	40
Tabel 4.3 Jenis Industri	41
Tabel 5.1 Identitas Informan Penelitian	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Bagan Kerangka Pikir	10
Gambar 3.1 Mode Analisis Interaktif	34
Gambar 4.1 Peta Desa Sidomulyo	35
Gambar 4.2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia	36
Gambar 4.3 Jumlah Penduduk Berdasarkan Pendidikan	39
Gambar 4.4 Proses Pembuatan Tahu	45
Gambar 5.1 Hasil Penelitian Hubungan Sosial Pelaku Industri Tahu	61
Gambar 5.2 Pola Hubungan <i>Intergeneration Equality</i>	70
Gambar 5.3 Hasil Penelitian Fungsi jaringan Sosial.....	74

DAFTAR LAMPIRAN

Pedoman Wawancara.....	82
Pedoman Observasi.....	84
Transkrip Wawancara.....	85
Reduksi Hasil Wawancara.....	108
Hasil Observasi.....	127
Dokumen Wawancara.....	135
Dokumen Kegiatan.....	129
Dokumen Surat Izin Riset.....	134

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia dewasa ini merupakan salah satu negara yang mengandalkan sektor industri untuk perekonomiannya. Sebelumnya Indonesia lebih bergantung pada sektor pertanian. Seiring berjalannya waktu, industri menjadi sektor yang memegang peran penting dalam perekonomian negara. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), sektor industri berkontribusi sebesar 17,84 % terhadap PDB nasional (Diolah oleh data Bappenas, 2021).

Berdasarkan data sebelumnya industri memiliki peran terhadap PDB nasional. Mendukung argumentasi ini tercatat pada profil industri mikro dan kecil (IMK) pada tahun 2020, terdapat sebanyak 4.209.817 unit (BPS, 2022). Spesifik untuk provinsi Lampung setidaknya terdapat 95.041 industri mikro dan kecil (IMK) (Profil Industri Mikro dan Kecil Provinsi Lampung, 2019).

Perkembangan industri mikro dan kecil (IMK) yang melesat tersebut kenyataannya tidak sejalan dengan perkembangan UMKM di Provinsi Lampung. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, jumlah UMKM yang terdapat di Provinsi Lampung pada tahun 2020 hingga 2021 mengalami penurunan sebesar 0,16 % (Provinsi Lampung Dalam Angka, 2022). Turunnya jumlah usaha kecil di Provinsi terindikasi terjadi disebabkan oleh Pandemi Covid-19.

Pandemi Covid-19 berimplikasi pada berbagai permasalahan bagi pelaku UMKM. Karena pembatasan aktivitas fisik saat ini, UMKM perlu bertahan dan tetap aktif. Salah satu masalah yang dihadapi UMKM adalah terkait

dengan kegiatan pemasaran. Pandemi Covid-19 telah mengubah peta perilaku konsumen dan persaingan usaha yang dihadapi pelaku usaha akibat pembatasan aktivitas. Berdasarkan Katadata Insight Center (KIC), sebanyak 82,9 % UMKM merasakan dampak negatif dari pandemi, sebesar 5,9 % yang menunjukkan pertumbuhan positif karena melakukan aktivitas digital (Bappenas, 2021).

UMKM harus menggunakan *platform* digital termasuk media sosial untuk mendukung pengembangan bisnis mereka dan memfasilitasi akses pembiayaan, distribusi, dan pemasaran produk mereka. Oleh karena itu, para pelaku bisnis perlu lebih adaptif, kreatif dan inovatif untuk mengembangkan produk yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan pasar. Mereka juga dapat memunculkan berbagai ide bisnis baru yang juga dapat mereka sumbangkan sebagai pemecah masalah (Bappenas, 2021).

Namun pada kenyataannya UMKM belum siap untuk menghadapi daya saing digital dengan memanfaatkan *Cyber Space* (*Platform Shopee, Toko Pedia, Lazada, dll*) di dalam pemasarannya. Berdasarkan data, secara umum EV-DCI Indonesia bernilai 27,9 dengan skala 0-100 (EV-DCI kurang lebih 2,5). Angka tersebut memperlihatkan bahwa daya saing digital di Indonesia masih rendah. Hal serupa juga terjadi di Provinsi Lampung skor EV-DCI Provinsi Lampung bernilai 26,8 dengan urutan 24 dari 34 Provinsi yang ada (EV-DCI, 2020).

Untuk meningkatkan jumlah usaha kecil di Indonesia dan Provinsi Lampung khususnya. Pelaku industri kecil harus memanfaatkan *Cyber Space* (Ruang Digital) dalam kelangsungan usahanya. UMKM dapat memanfaatkan teknologi informasi yang berkembang pesat dalam mengembangkan pasarnya (Arisandi, 2018). Meningkatnya jumlah pesaing menjadi pertimbangan bagi pelaku usaha untuk melakukan inovasi dalam memenangkan persaingan tersebut. Hal ini dapat menyiasati keterbatasan industri mikro dan kecil (IMK) dalam mencapai target pangsa pasar untuk dapat meningkatkan penjualan (Pradiani, 2017).

Strategi digital sebagai sarana strategi pelaku usaha dalam menyasiasi permasalahan kekurangan bahan baku, modal dan pemasaran (BPS, 2019). Ketiga hal tersebut menjadi tantangan yang harus di atasi oleh pelaku industri mikro dan kecil (IMK) dalam pengembangan usahanya. Pemasaran menjadi salah satu kendala yang wajib diperhatikan. Pemasaran mendominasi permasalahan yang dihadapi industri mikro dan kecil sebesar 25,78 % (Profil Industri Mikro Dan Kecil,2020).

Disisi lain Pemasaran merupakan kegiatan yang dapat menentukan kelangsungan usahanya. Namun tidak semua industri mikro dan kecil memiliki potensi atau kelebihan dalam pemasarannya. Seperti yang terjadi di Kabupaten Lampung tengah terdapat kurang lebih 17 ribu unit usaha. Unit-unit usaha tersebut sebagian besar memasarkan hasil produksinya di dalam kabupaten dikarenakan kurangnya hubungan antar pelaku usaha (BPS, 2019).

Kemampuan industri rumah tangga untuk memanfaatkan jaringan sosial merupakan upaya industri rumah tangga dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Pemanfaatan jaringan sosial dianggap paling efektif bagi industri rumah tangga, karena dengan memanfaatkan jaringan sosial hal ini dinilai tidak memerlukan biaya pengelolaan tenaga kerja yang besar. Jaringan sosial juga mampu mendukung pemasaran, memberdayakan Sumber Daya Manusia (SDM) lokal, memberikan peluang bisnis dan mengatasi kebutuhan keuangan serta bahan baku (Budiarti S, 2016).

Jaringan Sosial terbentuk karena adanya kepercayaan antara pemasok, produsen dengan distributor dan atau konsumen yang dikelola atau dipelihara bersama. Adanya kepercayaan menandakan bahwa terdapat suatu jaringan yang menunjukkan adanya hubungan antara individu atau kelompok yang saling berinteraksi (Nirfadhilah, 2016).

Mitchell (1969) memandang jaringan sosial sebagai sekumpulan hubungan khusus yang terbentuk di antara sekelompok orang, yang karakteristik-nya dapat digunakan menafsirkan motif di balik perilaku sosial individu yang berpartisipasi di dalamnya. Jaringan sosial bertindak sebagai perekat yang

menghubungkan setiap orang dalam masyarakat atau organisasi untuk mengakses sumber daya keuangan, memperoleh informasi, mencari pekerjaan, memulai usaha, dan meminimalkan biaya transaksi (Nirfadhilah, 2016). Hal ini dapat dimanfaatkan oleh pelaku industri tahu yang berada di Dusun Sidorahayu Desa Sidomulyo Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah. Dimana pelaku industri tahu memasarkan hasil produksinya berpusat pada satu tempat sehingga pengembangan industri tersebut tidak signifikan Sesuai dengan data Badan Pusat Statistika 2019.

Dusun Sidorahayu adalah Dusun yang berada di Desa Sidomulyo Kecamatan Punggur, Kabupaten Lampung Tengah. Dusun Sidorahayu merupakan dusun yang di kenal sebagai dusun penghasil berbagai macam jenis tahu. Sebagian besar masyarakat dusun Sidorahayu bermata pencarian dari memproduksi tahu. Tidak jauh berbeda dengan permasalahan yang di alami oleh industri mikro dan kecil (IMK) dalam mengembangkan usahanya. Industri tahu yang berada di Dusun Sidorahayu mengalami permasalahan bahan baku, modal dan pemasaran.

Pelaku industri tahu memiliki permasalahan dalam bahan baku karena harga bahan baku yang tinggi, namun harga kedelai yang tinggi tersebut masi tetap bisa disiasati oleh para pelaku industri tahu. Sedangkan untuk modal, pelaku industri tahu bersumber dari hasil penjualan tahu maka jika penjualan tahu mengalami penurunan modal yang di kelola juka mengalami penurunan. Penjualan yang menurun tersebut juga diakibatkan industri tahu mengalami permasalahan dalam pemasaran hasil produksinya. Hasil produksi dari industri tahu yang berada di Dusun Sidorahayu tersebut sebagaian besar di pasarkan dalam satu tempat. Selain itu industri tahu di dusun sidorahayu juga belum melakukan pemasaran secara digital atau pelaku industri tahu tersebut belum memanfaatkan *Cyber Space* (Ruang Digital) dalam proses pemasarannya (Obsevasi, Prariset).

Jaringan sosial dapat memberi manfaat yang baik untuk pertukaran informasi antara produsen, distributor dan konsumen. Selain itu jaringan

memungkinkan produsen untuk berkomunikasi satu sama lain dan hubungan antara produsen dengan produsen lainnya juga dapat saling menguntungkan. Hubungan yang dibangun tersebut dapat dimanfaatkan untuk memperluas jaringan pemasaran produsen tahu (Wahyudi, 2019).

Terdapat penelitian terdahulu yang membahas mengenai jaringan sosial yang lebih memfokuskan pada teori jaringan sosial yang dikaji oleh Granovetter. Mereka membahas mengenai pola dan pembentukan jaringan sosial pada suatu usaha yang dimana pola pembentukan jaringan sosial berpengaruh terhadap keberlangsungan suatu usaha (Yuliyati, 2017; Rifky, 2018; Fitriyani, 2019; Nabila 2021). Penelitian lain membahas mengenai bentuk jaringan sosial yang dilihat dari teori pertukaran sosial Peter M Blau (Handoyo dkk, 2015). Berdasarkan pernyataan diatas maka dengan hal ini peneliti mengkaji mengenai bagaimana fungsi jaringan sosial terhadap perkembangan industri tahu terutama dalam mengatasi permasalahan pada sektor pemasaran yang dikaji menggunakan karakteristik teori jaringan sosial Mitchell J. Cylde.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan mengenai latar belakang tentang masalah penelitian ini, maka peneliti merumuskan 2 masalah penelitian yaitu :

1. Bagaimana fungsi jaringan sosial dalam mengatasi permasalahan pemasaran yang berada di industri tahu di Dusun Sidorahayu Desa Sidomulyo Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah?
2. Apa strategi yang dapat dilakukan industri tahu agar dapat berkecimpung dalam *Cyber Space* (Ruang Digital) sebagai pelaku ekonomi digital di Dusun Sidorahayu Desa Sidomulyo Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah?

1.3. Tujuan Penelitian

Dalam setiap penelitian yang dilakukan memiliki tujuan yang hendak di capai. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui fungsi jaringan sosial dalam mengatasi permasalahan pemasaran yang berada di industri tahu.
2. Untuk merumuskan strategi yang dapat digunakan industri tahu agar dapat berkecimpung dalam *Cyber Space* (Ruang Digital) sebagai pelaku ekonomi digital.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan dua manfaat penelitian sekaligus, yaitu:

1. Manfaat Teoritik
 - a. Penelitian ini dapat berkontribusi dalam memberikan gambaran bagaimana jaringan sosial di fungsikan guna mengembangkan industri rumah tangga. Sekaligus memperkaya bidang kajian sosiologi industri dan sosiologi ekonomi.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Pemerintah, diharapkan dapat menjadikan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan untuk industri tahu.
 - b. Bagi industri tahu, diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan pelaku industri dalam memanfaatkan jaringan sosial.
 - c. Bagi Penulis dan pembaca, diharapkan dapat menambah wawasan tentang pemanfaatan jaringan sosial dalam pemasaran produk.

1.5. Kerangka Pemikiran

Untuk mengkaji jaringan sosial secara mendalam dengan spesifik menggunakan satu teori menurut ahli, diperlukannya perbandingan antar aspek jaringan sosial. Tujuannya untuk melihat teori siapa yang cocok dalam pengkajian jaringan sosial sesuai kondisi kasus di lapangan. Berikut perbandingan teori jaringan sosial menurut Granovetter, Mitchell, Lawang dan Barnes.

Tabel 1.1 Matrik Perbandingan Teori Jaringan Sosial

Aspek	Jaringan sosial menurut Granovetter	Jaringan sosial menurut Mitchell	Jaringan sosial menurut Lawang	Jaringan sosial menurut Barnes
Pengertian	Modal utama pada sektor perekonomian.	Seperangkat hubungan-hubungan spesifik yang terbentuk antara sekelompok orang, dimana karakteristik hubungan-hubungan tersebut dapat digunakan untuk menginterpretasikan motif-motif perilaku sosial dari orang-orang yang terlibat di dalamnya.	Jaringan dimana ikatan yang menghubungkan satu titik ketitik yang lain dalam jaringan.	Struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang diikat dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman keturunan dan lainnya.
Karakteristik	Ikatan yang kuat dan ikatan yang lemah	Karakteristik Morphologi dan Karakteristik Interaksional.		

Fungsi			Informatif, koordinatif, koordinasi.	
Konsep	Konsep keterletakan (embededness).	Konsep metaporik dan konsep analitis.		Jaringan yang berasal dari suatu rangkaian hubungan yang berpusat pada dirinya berdasarkan pribadinya.
Jenis				Jaringan sosial menyeluruh dan jaringan sosial parsial.

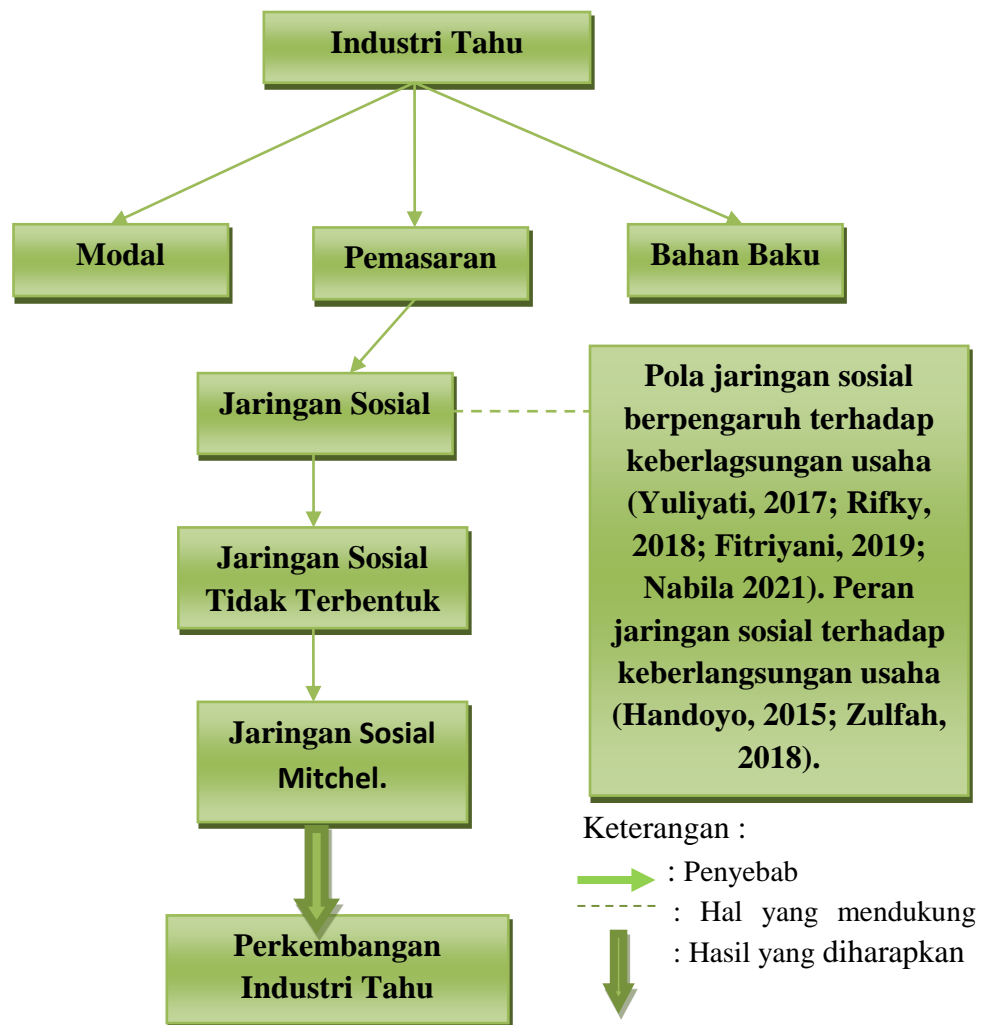
Sumber : Diolah oleh peneliti

Dari jaringan sosial akan terwujud kerja sama, baik kerja sama secara sosial maupun ekonomi. Mitchell mengungkapkan terdapat 2 karakteristik penting dari jaringan sosial yaitu karakteristik *morphologi* yang berorientasi pada bentuk tingkah laku sosial individu dalam suatu jaringan. Sedangkan karakteristik *interaksional* berorientasi pada hubungan antar individu yang berdasarkan pada tingkah laku sosial dan proses interaksi antar individu dengan individu lain dalam suatu jaringan. Sehingga pelaku industri tahu dalam melakukan interaksi dengan orang lain mengarah pada tingkah laku sosial.

Hubungan sosial yang terjalin merupakan salah satu penentu kegiatan ekonomi yang dilakukan. Dalam hal ini adalah kegiatan ekonomi untuk menjalankan usahanya. Hubungan-hubungan sosial ini dapat memperluas jaringan sosial dari pelaku industri tahu yang menghasilkan relasi sosial. Relasi sosial dapat berkembang menjadi relasi ekonomi yang dapat

menunjang usahanya. Relasi ekonomi berlandaskan relasi sosial ini berwujud sebagai suatu kerja sama dalam kegiatan usaha, baik berupa pemasaran, produksi, modal, tenaga, kerja dan lain-lain. Jaringan sosial berkaitan erat dengan perkembangan usaha industri rumahan, karena dengan memanfaatkan jaringan sosial dapat mempermudah dan memperlancar dalam mengembangkan industri tahu itu sendiri.

Peneliti akan menggambarkan konsep-konsep dalam penelitian ini. Hubungan antar konsep ini menjelaskan bagaimana fungsi jaringan sosial untuk mengembangkan Industri Tahu. Konsep yang digunakan di dalam skripsi ini akan menghubungkan satu dengan lainnya. Konsep-konsep tersebut juga akan membentuk sebuah kerangka berfikir yang dapat menggambarkan penelitian ini. Untuk lebih jelasnya kerangka pemikiran dalam skripsi ini akan digambarkan dalam skema berikut ini



Gambar 1.1 Bagan Kerangka Pikir

Sumber : Di Olah oleh Peneliti

Gambar di atas menjelaskan bahwa di dalam industri tahu terdapat tiga permasalahan dalam pengembangannya yaitu modal, bahan baku dan pemasaran. Namun lebih spesifik peneliti akan membahas permasalahan dalam pemasaran. Permasalahan dalam pemasaran dapat di atasi dengan jaringan sosial. Di dukung dengan adanya penelitian terdahulu yang membahas mengenai pola dan peran yang berpengaruh dalam kelangsungan usaha. Artinya jaringan sosial berpengaruh terhadap perluasan pemasaran melalui hubungan dan interaksi yang dibangun dari antar pelaku industri.

Dengan jaringan pemasaran yang luas, hasil produksi juga akan di pasarkan ke beberapa tempat tidak hanya berpusat dalam satu tempat, secara langsung permintaan produksi meningkat, secara berkala jaringan pemasaran terus di lakukan dan di kembangkan oleh pemilik industri, maka perkembangan Industri Tahu tersebut akan meningkat secara signifikan, dengan catatan hasil produksi memiliki kualitas dan sesuai dengan permintaan pasar.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Peneliti melakukan Literatur Review pada penelitian yang sejenis. Kemudian melakukan pengelompokan pada penelitian-penelitian yang relevan dengan fokus bahasan peneliti. Adapun hasil pengelompokan literatur review tersebut sebagai berikut :

Pengelompokan pertama mengenai pola pembentukan jaringan sosial yang di dasarkan oleh Teori Jaringan Sosial oleh Granovetter terdiri dari berbagai bentuk mulai dari ikatan lemah dan kuat, kepentingan dan kepercayaan. Pola jaringan sosial yang di dasarkan teori Granovetter di pergunakan oleh pelaku ekonomi dalam kelangsungan usahanya, mulai dari modal, pemasok bahan baku, produksi dan lain sebagainya. Dengan adanya pola hubungan sosial yang di bentuk dari beberapa pihak tersebut pelaku industri rumahan dapat mempertahankan usahanya. Jaringan sosial juga diperuntukkan untuk memperluas jaringan pemasaran dalam memperkenalkan hasil produksinya (Yuliyati, 2017; Rifky, 2018; Fitriyani, 2019; Nabila 2021).

Kemudian pengelompokan kedua yang dilakukan oleh Kanedy 2010, Amirudin 2014, Riesti Dkk 2014, Nuhlia 2018. Penelitian ini peneliti melakukan analisis jaringan sosial terhadap karakteristik pelaku industri yang melakukan atau menjalani proses pembentukan jaringan sosial. Namun peneliti tidak menggunakan spesifik satu teori menurut ahli. Jaringan sosial di bentuk antar kerja sama untuk mempertahankan eksistensi serta mempermudah proses keberlangsungan kegiatan ekonomi para pelaku ekonomi (Kanedy, 2010; Amirudin, 2014; Riesti Dkk, 2014; Nuhlia 2018).

Selanjutnya terdapat penelitian yang membahas jaringan sosial dengan menggunakan teori jaringan sosial Coleman seperti yang diteliti oleh Handoyo 2015, Zulfah 2018 yang dimana penelitian tersebut membahas peran dari adanya jaringan sosial terhadap keberlangsungan usahanya (Handoyo, 2015; Zulfah, 2018). Selain itu juga terdapat penelitian yang membahas mengenai jaringan sosial dari sisi teori pertukaran sosial George Homans dan teori pertukaran sosial Peter M Blau yang melihat bagaimana pertukaran sosial dapat menghasilkan jaringan sosial (Handoyo dkk, 2015; Zakiya 2018).

Berdasarkan pemaparan dari berbagai literatur review di atas dapat diperoleh persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini. Secara keseluruhan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji tentang jaringan sosial pada pelaku usaha ekonomi dalam keberlangsungan usahanya. Akan tetapi berbeda dengan penelitian terdahulu, penelitian ini akan membahas mengenai fungsi dari jaringan sosial untuk mengatasi pemasaran dalam perkembangan Industri tahu. Selain itu juga akan membahas mengenai strategi yang dilakukan pelaku usaha khususnya industri tahu agar dapat memanfaatkan *Cyber Spece* (Ruang Digital) dalam proses pemasarannya. Penelitian ini akan dikaji secara spesifik menggunakan menggunakan teori jaringan sosial menurut Mitchell J. Cylde berdasarkan unsur karakteristiknya untuk melihat perilaku sosial di dalam lingkungan industri dan pemasaran produk.

2.2. Tinjauan Tentang Ekonomi Digital

Menurutnya Tapscott dalam Kominfo 2019, ekonomi digital adalah fenomena sosial yang mempengaruhi sistem ekonomi, fenomena ini memiliki karakteristik ruang intelijen, termasuk informasi, berbagai akses terhadap instrumen informasi, kapasitas informasi dan memproses informasi. Komponen ekonomi digital yang diidentifikasi pertama kali adalah industri TIK, aktivitas *e-commerce* (Perdagangan Elektronik), dan distribusi barang dan jasa digital (Kominfo, 2019).

Konsep ekonomi digital, menurut Zimmerman 2019 dalam kominfo, merupakan sebuah konsep yang sering digunakan untuk menjelaskan dampak global dari pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang mempengaruhi kondisi sosial ekonomi. Konsep ini menjadi sebuah pandangan tentang interaksi antara perkembangan inovasi dan perkembangan teknologi, yang mempengaruhi ekonomi makro dan mikro. Industri yang terkena dampak adalah barang dan jasa selama pengembangan, produksi, penjualan atau pengirimannya, tergantung pada seberapa jauh jangkauan teknologi digital (Kominfo, 2019).

Ekonomi digital dapat diartikan sebagai perilaku manusia yang memilih untuk memenuhi kebutuhan yang tidak terbatas hanya dengan menggunakan jari jemari atau ekonomi digital bisa juga diartikan sebagai aktivitas manusia yang berhubungan dengan produksi, konsumsi dan distribusi dengan menggunakan jari. Pengertian ekonomi digital diatas berarti masyarakat tidak perlu lagi pergi ke pasar untuk mendapatkan barang dan jasa, tetapi *smartphone* sudah cukup untuk membawa pulang barang tersebut untuk memenuhi keinginannya (Permana dan Puspitaningsih, 2019).

Ekonomi digital juga sangat membantu perkembangan usaha kecil, mikro dan menengah (UKM) melalui layanan belanja *virtual online* perbankan elektronik. Adanya transaksi keuangan digital juga mendorong perubahan pola pikir individu dan organisasi untuk membuat keputusan dan transaksi keuangan yang lebih efektif dan efisien (Gunawan, 2019).

Fitur utama ekonomi digital adalah mobilitas, penggunaan data, dan efek jaringan. Dalam ekonomi digital, ruang dan waktu tidak lagi membatasi konsumen. Konsumen dapat membeli apa dan dimana saja produk yang mereka inginkan. Penciptaan jaringan antar individu dan pasar dapat bersifat digital (Ekonomi Bisnis Digital, 2020).

Penggunaan *digital marketing* memegang peranan yang sangat penting di era industri ekonomi digital untuk meningkatkan pemasaran hasil produksi. *Digital marketing* merupakan suatu keharusan karena generasi ini yang sering

digunakan baik disadari maupun tidak. Aplikasi pemasaran digital dapat digunakan di situs web dan media sosial. Penggunaan digital marketing pada industri rumah tangga memudahkan pekerjaan, berkomunikasi, belanja, bertransaksi, dan pemasaran (Heliani, 2019).

Ekonomi digital mendorong masyarakat untuk produktif melalui pemanfaatan teknologi dan dengan bonus demografi diharapkan generasi muda lebih kompeten dalam perkembangan teknologi. Pengelolaan teknologi digital merupakan salah satu hal yang masih dibidang minim di Indonesia. Hal ini yang perlu diantisipasi dan diselesaikan oleh pemerintah sebelum bonus demografi meningkat. Bonus demografi akan maksimal bila penduduk usia kerja memiliki kesehatan, pendidikan, dan keterampilan yang memadai. Jika perkembangan teknologi tersebut tidak dibarengi dengan keterampilan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi tersebut, dikhawatirkan Indonesia hanya akan menjadi penonton dan pangsa pasar produk luar negeri (Sayekti, 2018).

Perkembangan teknologi Indonesia di dunia digital dan online mendapat perhatian khusus, tren pasar telah berubah dari tradisional (*offline*) menjadi digital (*online*). Perubahan tren pasar membuat pemasaran produk dan jasa lebih mudah untuk dikenal, memiliki pangsa pasar yang lebih luas, dan dapat menjangkau seluruh wilayah Indonesia, bahkan seluruh negara di dunia. Perkembangan teknologi di Indonesia telah mendorong cara-cara baru untuk melakukan segala aktivitas, seperti munculnya *e-commerce* (Perdagangan Elektronik), *e-library* (Perpustakaan), *e-journal* (Jurnal Elektronik), *e-medicine, elaboratory* (Laboratorium Elektronik), dan aspek lainnya yang berbasis elektronika (Aryanto, 2011). Ekonomi digital digunakan untuk menganalisis pemasaran secara online yang sempat dilakukan oleh produsen tahu di Dusun Sidorahayu.

2.2.1. *Cyber Space* (Ruang Digital)

Perkembangan teknologi informasi virtual yaitu *Cyber Space* (Ruang Digital). *Cyber Space* (Ruang Digital) telah memadukan berbagai aktivitas manusia (politik, sosial, ekonomi, kultural, spiritual, seksual), semua yang bisa dilakukan di dunia nyata kini dapat dilakukan di ruang digital. Perkembangan *Cyber Space* (Ruang Digital) telah mempengaruhi kehidupan sosial di berbagai tingkatan. Keberadaan *Cyber Space* (Ruang Digital) tidak hanya membawa perubahan sosial. Selanjutnya, pengaruh *Cyber Space* (Ruang Digital) terhadap kehidupan sosial setidaknya dapat dilihat pada tiga tingkatan : tingkat individu, *interpersonal* dan komunitas (Piliang, 2012).

Cyber Space (Ruang Digital) tidak memiliki ruang lingkup aktifitas yang terbatas. Ruang lingkup dalam *cyber space* (ruang digital) sangat luas. Sehingga ruang digital dapat digunakan sebagai sarana pemasaran hasil produksi. Salah satunya adalah produksi makanan. Namun, saat memasarkan produksi makanan, ruang digital harus dibatasi karena makanan memiliki ketahanan penyimpanan tidak lama. pemasaran hasil produksi makanan dapat dilakukan di dalam provinsi yang jarak jangkauan tidak memakan waktu yang lama.

2.2.2. Karakteristik *Cyber Space* (Ruang Digital)

Menurut Dysson dalam Arifin, *cyber space* (ruang digital) memiliki beberapa karakteristik sebagai berikut :

1. Beroperasi secara virtual atau maya. Ruang Digital yang dihuni oleh orang-orang yang berinteraksi, berdiskusi, dan bertukar pikiran tanpa benar-benar bertemu secara fisik.
2. Dunia *cyber* selalu berubah dengan cepat karena interaksi yang dilakukan oleh hampir semua orang dari berbagai belahan dunia; dibantu dengan kemudahan update informasi maka perubahan yang terjadi didunia maya sangat cepat.

3. Ruang Digital tidak mengenal batas wilayah, penghuni *Cyber Space* (Ruang Digital) tersebar di banyak negara dan berinteraksi tanpa mengenal batas wilayah.
4. Orang yang hidup dalam Ruang Digital dapat melakukan aktivitas tanpa harus menunjukkan identitasnya, karena interaksi di *Cyber Space* (Ruang Digital) tidak melibatkan interaksi fisik, sehingga interaksi yang dilakukan pun tidak harus menunjukkan identitas aslinya.
5. Informasi yang terkandung di dalamnya bersifat publik. Hal yang sangat berharga di *Cyber Space* (Ruang Digital) adalah informasi atau gagasan intelektual yang bersifat publik, bukan milik siapa pun dan tidak memerlukan izin bagi siapa pun untuk menggunakannya.

2.2.3. Pemberdayaan

Konsep pemberdayaan menurut Friedmann (1992) disebut *alternative development*, yang menghendaki *inclusive democracy*, *appropriate economic growth*, *gender equality* dan *intergenerational equality*. Mengenai konsep pemberdayaan, perlu diketahui bahwa pemberdayaan pada dasarnya tidak bertentangan dengan pertumbuhan dan pemerataan (Maani, 2011).

Menurut konsep dan kerangka pemberdayaan Korten (1984) keberadaan yang harus diperhatikan adalah masyarakat (*civil society*). Masyarakat sendiri adalah pelaku dari praktik pembangunan, dan karena pembangunan selama ini hanya memberdayakan negara dan pasar, maka masyarakat adalah pelaku yang perlu diberdayakan (Widowati, 2016). Oleh karena itu, pemberdayaan mengacu pada kondisi atau hasil yang dapat dicapai oleh sebuah perubahan sosial yaitu masyarakat yang berdaya, memiliki kekuasaan atau pengetahuan dan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya baik secara fisik, ekonomi maupun sosial. Pemberdayaan dilakukan untuk

memperkuat kapabilitas pada produsen tahu dalam mengembangkan industri tahu-nya.

2.2.4. Intergeneration Equality (Kesetaraan Antargenerasi)

Intergeneration equality atau kesetaraan antargenerasi adalah gagasan yang memandang komunitas manusia sebagai kemitraan di antara semua generasi. Setiap generasi memiliki hak untuk mewarisi keanekaragaman sumber daya alam, budaya, kesehatan, dan ekonomi yang sama dengan yang dimiliki oleh generasi sebelumnya dan kesempatan yang adil untuk mengakses dan menggunakan sumber daya tersebut. Kesetaraan antargenerasi berprinsip bahwa generasi sekarang tidak boleh mewariskan beban kepada generasi berikutnya. Generasi sekarang menguasai Sumber Daya Alam yang ada di bumi sebagai titipan untuk dipergunakan generasi mendatang. Setiap generasi merupakan penjaga dari planet ini untuk kepentingan generasi beringakutnya dan sekaligus sebagai penerima manfaat dari generasi sebelumnya. Generasi saat ini tidak membebani perkembangan generasi berikutnya secara eksternal (Wowor, 2017). Kesetaraan antargenerasi digunakan untuk mengkolaborasikan antara generasi muda dan tua dalam industri tahu. kolaborasi tersebut bersifat kerja sama untuk perkembangan industri tahu.

2.3. Tinjauan Tentang Jaringan Sosial

2.3.1. Pengertian Jaringan Sosial

Menurut Lawang dalam Purwanto 2013, menjelaskan bahwa pada dasarnya jaringan sosial terbentuk karena adanya rasa saling tahu, saling menginformasikan, saling mengingatkan, dan saling membantu orang lain dalam melaksanakan ataupun mengatasi sesuatu. Pada intinya, konsep jaringan menunjuk pada semua hubungan dengan individu atau kelompok lain yang memungkinkan suatu kegiatan berfungsi secara efektif dan efisien (Purwanto, 2013).

Bott dan Barnes menunjukkan bahwa jaringan sosial dapat digunakan untuk menginterpretasikan perilaku dalam berbagai variasi situasi sosial yang berbeda dan tidak terbatas pada studi peran-peran konjugal (Bott: 1957; Barnes: 1969). Epstein (1960) menunjukkan bahwa jaringan sosial dapat memperoleh informasi tentang bagaimana sebenarnya norma dan nilai tersebar di masyarakat dan bagaimana proses perubahannya yang berasal dari persebaran norma dan nilai yang ada.

Berdasarkan definisi tersebut, konsep jaringan sosial mengacu pada hubungan antar individu atau kelompok yang mempunyai dampak positif terhadap peningkatan kehidupan dalam komunitas. Konsep jaringan sosial menurut peneliti lebih relevan dipakai karena unsur-unsur yang dijelaskan dalam definisi konsep jaringan sosial ini lebih sesuai dengan latar belakang dan keberanekaragaman kehidupan sosial dari pengusaha industri tahu di Dusun Sidorahayu Desa Sidomulyo, bisa dijelaskan serta dilihat secara lebih fokus dari pada konsep-konsep dan unsur-unsur jaringan sosial yang lain telah dikemukakan. Dari apa yang ada ini akhirnya dapat memperlihatkan bahwa jaringan sosial itu dapat digunakan untuk menginterpretasikan tingkah laku individu dalam berbagai keadaan sosial.

2.3.2 Pendekatan Jaringan Sosial

Menurut Powell dan Smith-Doerr dalam Melis, untuk memahami jaringan sosial dapat menggunakan dua pendekatan, yaitu :

1. Pendekatan Abstrak.

Pendekatan abstrak lebih menekankan pada struktur (ukuran) daripada isi ikatan jaringan sosial. Pendekatan ini lebih menekankan akar penyebab struktur hubungan antar aktor dari pada karakteristik aktor dan oleh karena itu memperlakukan posisi dari jaringan sosial sebagai karakteristik.

2. Pendekatan Studi Kasus.

Pendekatan studi kasus bertujuan untuk mengkaji berbagai motif pelaku ekonomi. Sebagai analisis jaringan sosial dalam usaha produksi tahu, etika pemasaran dan juga keberadaan organisasi kelompok usaha (Melis, 2018). Pendekatan jaringan sosial ini digunakan untuk melihat motif pelaku industri tahu dalam berperilaku sosial di dalam lingkungan industri.

2.3.3 Jenis Jaringan Sosial

Menurut Agusyanto (2007), ditinjau dari hubungan sosial yang membentuk jaringan-jaringan sosial yang ada dalam masyarakat, dapat dibedakan menjadi tiga jenis jaringan sosial, yaitu sebagai berikut :

1. Jaringan kepentingan (*interest*), adalah hubungan sosial yang terbentuk dan mencangkup kepentingan. Jaringan kepentingan ini terbentuk berdasarkan hubungan sosial dan berubah sesuai dengan kepentingan yang diinginkan.
2. Jaringan emosi (*sentiment*), dimana jaringan tersebut terbentuk berdasarkan hubungan sosial yang bermuatan emosional. Pada jaringan emosi yang dibentuk oleh hubungan sosial, dimana hubungan sosial itu sendiri menjadi tujuan aktivitas sosial seperti pertemanan, percintaan atau hubungan kerabat dan sejenisnya.
3. Jaringan kekuasaan (*power*), dimana hubungan sosial yang terbentuk bermuatan kekuasaan. Pada jaringan power, konfigurasi hubungan sosial antar individu di atur. Jenis jaringan sosial ini muncul ketika pencapaian tujuan tertentu membutuhkan tindakan kolektif dan konfigurasi saling keterhubungan antar pelaku biasanya dibuat permanen (Agusyanto, 2007). Jenis jaringan sosial ini digunakan untuk melihat hubungan sosial di lingkungan industri tahu terbentuk berdasarkan pada motif tertentu.

2.4. Jaringan Sosial Mitchell J. Cylde

2.4.1. Pengertian Jaringan Sosial Mitchell J. Cylde

Menurut Mitchell (1969), jaringan sosial adalah seperangkat hubungan khusus yang terbentuk di antara sekelompok orang, di mana ciri-ciri hubungan tersebut dapat digunakan untuk menginterpretasikan motif dibalik perilaku sosial dari orang-orang yang terlibat di dalamnya. Mitchell mengatakan bahwa jaringan sosial tingkat *interpersonal* didefinisikan sebagai rangkaian hubungan unik antara banyak orang dengan karakteristik yang saling melengkapi, di mana karakteristik hubungan itu secara keseluruhan menginterpretasikan perilaku sosial individu yang berpartisipasi.

2.4.2. Karakteristik Jaringan Sosial Mitchell J. Cylde

Mitchell J. Cylde (1969) (Mahendra Wijaya, 2007) mengungkapkan ada dua karakteristik penting dari jaringan sosial yaitu:

1. Karakteristik *Morphologi* adalah hubungan antar satu individu dengan individu lainnya berdasarkan perilaku sosial dalam suatu jaringan. Sehingga karakteristik *Morphologi* yang dilihat dari aspek struktural perilaku sosial individu yang ada dalam jaringan terbagi menjadi 4 unsur yaitu :
 - a. *Anchorage* adalah sekumpulan hubungan yang terbentuk dalam jaringan dimana individu berada dalam masalah tertentu yang ingin mereka amati.
 - b. *Reachability* adalah cara perilaku seseorang dipengaruhi oleh hubungannya dengan orang lain. Individu yang menjalin hubungan dengan orang lain melewati tahap-tahap tertentu.
 - c. *Densitas* adalah dimana terdapat hubungan satu individu dengan individu lainnya.
 - d. *Range* adalah individu yang melakukan kontak secara langsung dengan individu yang berada dalam suatu jaringan.
2. Karakteristik *Interaksional* adalah suatu hubungan yang dilakukan oleh individu satu dengan individu yang lain di lihat dari perilaku

dan proses interaksi. Untuk membedakan ciri-ciri tingkah laku manusia, proses interaksi antara manusia dengan manusia lainnya dibagi menjadi 5 unsur, yaitu :

- a. *Content* adalah hubungan antara orang-orang, biasanya untuk tujuan tertentu. Hubungan ini harus dipahami karena berdasarkan norma, kepercayaan dan nilai yang telah disepakati bersama antar individu.
- b. *Directednes* adalah jaringan darimana dapat dilihat apakah hubungan antar individu hanya satu arah dari satu individu keindividu lainnya atau sebaliknya.
- c. *Durability* adalah jaringan sosial katika individu menyadari hak dan kewajibannya untuk mengakui orang lain.
- d. *Intensitas* adalah jaringan sosial di mana individu menerima tanggung jawab atau bebas untuk mengeskpresikan haknya kepada orang lain.
- e. *Frekuensi* merupakan ciri nyata dari interaksi jaringan, yang secara sederhana dapat dilihat sebagai kuantitas (Wijaya, 2007). Karakteristik jaringan sosial untuk melihat tingkah laku produsen tahu dalam melakukan aktifitas industri baik di dalam lingkungan industri atau pemasarannya.

2.4.3. Konsep Jaringan Sosial Mitchell J. Cylde

Menurut Mitchell J. Cylde (1969) terdapat dua konsep yang harus di pahami pada jaringan sosial, yaitu :

1. Konsep Metaporik

Jaringan sosisal sebagai konsep metaporik yaitu jaringan sosial dapat dilihat sebagai sekumpulan hubungan interaktif dalam suatu sistem sosial.

2. Konsep Analitis

Jaringan sosial sebagai konsep analisis yaitu jaringan sosial tidak hanya melihat pada jaringan tertentu, tetapi juga apa karakteristik hubungan yang ada sedemikian rupa sehingga dapat digunakan

untuk menafsirkan perilaku sosial orang-orang yang terlibat (Wijaya,2007).

2.5. Tinjauan Tentang Organisasi

2.5.1 Pengertian Organisasi

Menurut Max Weber dalam Ambarwati 2019, menjelaskan organisasi adalah kerangka hubungan struktural dengan wewenang dan tanggung jawab serta pembagian kerja untuk menjalankan fungsi tertentu (Ambarwati,2019). Pengertian lain juga dijelaskan oleh James D Mooney, organisasi adalah suatu bentuk kerja sama untuk mencapai tujuan bersama (Ambarwati,2019).

Organisasi adalah setiap bentuk perserikatan manusia dengan setidaknya dua anggota yang bekerja menuju tujuan bersama dan memiliki struktur organisasi permanen secara administratif, pembagian tugas, tatanan sosial kooperatif atau otoritatif. Sistem dengan mekanisme yang menghubungkan aktivitas untuk mencapai pekerjaan dengan tujuan bersama (Syukran, Agustang, Idkhan, & Rifdan, 2022)

Berdasarkan definisi di atas maka dapat disimpulkan organisasi merupakan wadah berkumpulnya dengan sistematis, dipimpin, terencana dalam memanfaatkan sumber daya yang ada secara efisien dan efektif untuk bisa mencapai tujuan organisasi.

2.5.2 Ciri-Ciri Organisasi

Untuk mengetahui seperti apa sebuah organisasi, kita dapat melihat ciri-ciri organisasi tersebut. Berikut ciri-ciri organisasi ;

- a. Adanya sekelompok orang yang dapat dikenal dan yang saling mengenal.
- b. Adanya kegiatan berbeda-beda, tetapi saling berhubungan, yang merupakan satu kesatuan kegiatan.

- c. Setiap orang memberikan kontribusi berupa pemikiran, tenaga, dan lain-nya.
- d. Adanya kewenangan,koordinasi dan kontrol.
- e. Adanya tujuan yang ingin dicapai (Ambarwati,2019).

2.5.3 Manfaat Organisasi

Bergabung dalam suatu organisasi memiliki dampak yang sangat besar dalam kehidupan. Di dalam organisasi kita dapat mendiskusikan pemecahan masalah yang ada, membentuk sikap saling kerja sama dan bertanggung jawab. Beberapa manfaat lain yang bisa kita dapatkan dari organisasi diantaranya ;

- a. Tercapainya sebuah tujuan, sebuah organisasi terbentuk dari tujuan bersama, maka pencapaian tujuan terkait oleh banyak orang lebih memungkinkan tercapainya tujuan yang lebih efektif dan maksimal.
- b. Mudah untuk memecahkan masalah karena masalah sangat umum terjadi dalam organisasi, sehingga pemecahan masalah mengajarkan setiap orang untuk bersikap dan menyikapi permasalahan yang ada dalam kehidupan masyarakat yang lebih kompleks dan majemuk.
- c. Dapat meningkatkan keahlian atau kemampuan dan keterampilan anggota organisasi untuk memperoleh sumber daya dan dukungan dari lingkungan.
- d. Memberikan informasi kepada setiap anggota organisasi karena dilakukan secara sistematis di dalam organisasi (Ambarwati,2019).

2.6. Tinjauan Tentang Industri Rumahan

2.6.1 Pengertian Industri Rumahan

Menurut Badan Pusat Statistik, industri rumahan adalah kegiatan di mana bahan mentah di ubah menjadi barang jadi atau setengah jadi dengan jumlah pekerja 1-4 orang. Industri rumahan merupakan suatu

sistem produksi, artinya terdapat produk yang dibuat dari bahan baku tertentu melalui proses nilai tambah yang dilakukan di tempat rumah perorangan (BPS, 2021). Industri rumahan adalah rumah usaha produk barang atau juga bisnis kecil. Dikatakan sebagai bisnis kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini dipusatkan dirumah. (Diana, 2021). Berdasarkan pengertian di atas maka dapat ditarik kesimpulan Industri rumahan merupakan suatu kegiatan memproduksi bahan mentah menjadi bahan jadi yang dilakukan di rumah perorangan dengan menggunakan alat sederhana namun dapat menghasilkan nilai tambah bagi pelaku industri rumahan tersebut.

2.6.2 Karakteristik Industri Rumahan

Karakteristik dari Industri Rumahan (Yadewani, 2019), yaitu;

1. Industri yang bersifat ekstraktif, cenderung menggunakan barang setengah jadi menjadi barang jadi.
2. Industri yang dikelompokkan menjadi industri dengan jumlah tenaga kerja 1-19 orang.
3. Industri yang tidak bergantung pada kondisi tertentu seperti bahan baku, pasar dan tenaga kerja yang kecil.
4. Industri Rumahan termasuk industri ringan. Dalam hal ini. barang yang dihasilkan merupakan barang yang sederhana, tidak rumit serta tidak membutuhkan proses yang rumit.
5. Sebagian besar pemilik Industri Rumahan adalah masyarakat menengah kebawah.
6. Ditinjau dari subyek pengelola, Industri Rumahan merupakan industri yang dimiliki oleh pribadi, yang mempunyai struktur manajemen dan sistem keuangan yang sederhana.

2.6.3 Manfaat Industri Rumahan

Industri Rumahan sangat bermanfaat bagi masyarakat, khususnya golongan ekonomi lemah karena sebagian besar pelaku Industri Rumahan dari kalangan lemah yang berusaha memperbaiki perekonomiannya melalui usaha dalam skala kecil, Industri Rumahan mempunyai manfaat dan peran yaitu diantaranya sebagai berikut (Hidayatulloh, 2019) ;

1. Industri Rumahan sebagai Alternatif penghasilan bagi keluarga kegiatan ekonomi rumah tangga ini membantu meningkatkan pendapatan keluarga.
2. Industri Rumahan memiliki peluang untuk mengurangi pengangguran dan kemiskinan.

2.7. Tinjauan Industri Tahu

Tahu merupakan produk makanan olahan berbahan dasar kacang kedelai yang telah menjadi makanan sehari-hari masyarakat baik kalangan bawah maupun kalangan atas. Sedangkan, Industri Rumahan tahu adalah industri rumahan yang bergerak di bidang produksi tahu. Menurut (Djayanti, 2015), industri tahu merupakan salah satu industri skala kecil yang menghasilkan makanan dari kedelai. Secara umum dapat dilihat bahwa industri pengelolaan kedelai menjadi tahu merupakan industri skala rumah tangga yang dikelola mandiri oleh kepala keluarga dan anggotanya. Rata-rata jumlah pekerja berkisar 1-5 orang, sehingga disebut sebagai industri skala rumah tangga. Hal ini didasarkan pada jenis industri berdasarkan jumlah tenaga kerjanya (BPS, 2020).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Tipe Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Menurut Creswell (2016) penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang mengeksplorasi dan memahami makna di sejumlah individu atau sekelompok orang yang berasal dari masalah sosial. Penelitian kualitatif dapat digunakan untuk mengungkap secara mendalam perihal permasalahan kehidupan masyarakat pada pelaku ekonomi khususnya dalam jaringan sosial pada sentra industri tahu. Metode ini dirasa paling tepat untuk mengungkap permasalahan tentang fungsi jaringan sosial menurut Mitchell pada industri tahu.

Studi kasus merupakan studi yang mengeksplorasi suatu kasus secara mendalam, mengumpulkan informasi secara lengkap dengan prosedur pengumpulan data berdasarkan waktu yang telah ditentukan (Creswell, 2016). Jenis penelitian kualitatif yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah studi kasus karena memfokuskan pada permasalahan jaringan sosial pada pelaku Industri Tahu. Tujuan penggunaan studi kasus untuk memperjelas secara mendalam bagaimana kasus pada jaringan sosial yang dialami oleh pelaku industri tahu yang dikaji melalui teori jaringan sosial Mitchel terutama perihal kasus pemasaran.

3.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Dusun Sidorahayu Desa Sidomulyo Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah. Peneliti memilih Dusun Sidorahayu

karena lokasi tersebut merupakan sentra industri tahu yang tidak berhasil dalam membentuk jaringan sosial dalam kelangsungan industrinya. ketidakberhasilan tersebut memunculkan permasalahan dalam pengembangan industri tahu terutama dalam pemasaran hasil produksi.

3.3. Fokus Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah ditentukan, sehingga fokus penelitian ini mengenai fungsi jaringan sosial dalam mengatasi permasalahan pengembangan industri tahu terutama pada sektor pemasaran hasil produksi tahu. Selain itu juga merumuskan strategi agar pelaku industri tahu dapat berkecimpung dan memanfaatkan *Cyber Space* (Ruang Digital). Hal tersebut dilakukan untuk menghadapi tantangan-tantangan dalam kelangsungan industri di era ekonomi digital.

3.4. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, instrumen kunci penelitian ini adalah peneliti sendiri. Peneliti memanfaatkan panca inderanya dengan cara mengamati, bertanya, mendengar, meminta dan mengambil data penelitian. Untuk mendapatkan data penelitian peneliti melakukan wawancara sesuai dengan kriteria yang peneliti butuhkan. Dalam mengumpulkan data peneliti sedikit mengalami kesulitan, seperti mencari dan menentukan informan. Peneliti melakukan pendekatan terlebih dahulu kepada pelaku industri untuk mendapatkan data penelitian. Setelah mendapatkan data, peneliti melakukan pengelolaan hasil data yang dikumpulkan serta menyimpulkan hasil penelitian (Creswell, 2012).

3.5. Sumber Data

Menurut Suharsimi Arikunto (2013), sumber data merupakan subjek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data merupakan faktor yang sangat penting dalam metode pengumpulan data untuk mengetahui dari mana data itu di peroleh. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ada dua macam, yakni data primer dan data sekunder.

1. Data Primer yaitu data yang dikumpulkan melalui wawancara dan observasi (pengamatan langsung) dengan mengamati lingkungan sekitar di industri rumahan tahu dan tanya jawab kepada para pemilik atau produsen tahu di Dusun Sidorahayu Desa Sidomulyo.
2. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh peneliti dari buku-buku, artikel, dan jurnal melalui media online yang berhubungan dengan topik dalam penelitian ini.

3.6. Penentuan Informan

Teknik penentuan informan pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive*. Teknik *purposive* dipilih karena fokus penelitian terletak pada perilaku sosial produsen tahu. Sehingga untuk mendapatkan data penelitian sesuai dengan fokus penelitian melalui wawancara dengan informan yang dianggap mengetahui dan berpengalaman dalam memproduksi dan memasarkan tahu. Sehingga peneliti menentukan kriteria yang dijadikan informan dalam penelitian ini yaitu Pemilik serta produsen Industri Rumahan tahu yang mengetahui proses memproduksi dan memasarkan hasil produksi tahu (Rico, 2010).

3.7. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam sebuah penelitian. Dengan melihat dari segi cara atau pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan adalah dengan dilakukan observasi, wawancara, serta dokumentasi.

1. Observasi

Peneliti melakukan pengamatan terhadap lingkungan industri tahu dan lokasi pemasaran hasil produksi tahu. Peneliti melihat bagaimana proses pembuatan tahu, tingkah laku dan interaksi antar pengrajin tahu serta bagaimana perilaku sosial produsen tahu di lingkungan industri tahu. Selain itu di dalam lokasi pemasaran peneliti memfokuskan pada interaksi

yang dibangun oleh produsen tahu terhadap konsumen. Dengan melihat cara berbicara serta gerak tubuh terhadap objek yang di amati.

Tabel 3.1 Matrik observasi pada industri rumahan tahu

No	Unsur	Hal yang akan di observasi	Hasil yang diharapkan
1	Karakteristik <i>Interaksional</i> Indikator : 1. <i>Content</i> 2. <i>Directedness</i> 3. <i>Durability</i> 4. <i>Intensitas</i> 5. <i>Frekuensi</i>	1. Lokasi terjadinya produksi tahu. 2. Proses pembuatan tahu. 3. Proses pemasaran tahu. 4. Proses pembayaran atau transaksi.	Aktifitas produksi tahu, aktifitas pemasaran.
2.	Karakteristik <i>Morphologi</i> Indikator : 1. <i>Anchorage</i> 2. <i>Reachability</i> 3. <i>Densitas</i> 4. <i>Range</i>	1. Totalitas pembuatan tahu. 2. Proses pencarian bahan baku. 3. Proses pembelian tahu. 4. Penggunaan teknologi dalam interaksi.	Kualitas pengrajin, proses transaksi, adanya teknologi yang terlibat.

Sumber : Diolah oleh peneliti,2022

2. Wawancara mendalam

Melalui teknik wawancara mendalam peneliti dapat menggali data, informasi, dan kerangka keterangan dari subyek penelitian. Wawancara mendalam yang dilakukan peneliti dengan menggunakan pedoman

wawancara yang telah peneliti susun. Teknik wawancara tersebut dilakukan peneliti untuk menjawab rumusan masalah yang sudah peneliti tentukan dalam penelitian ini. Wawancara mendalam dengan teknik *fleksibel* atau menyesuaikan kondisi lapangan untuk mendapatkan data-data mengenai tingkah laku pelaku industri tahu dalam membentuk jaringan sosial di Dusun Sidorahayu Desa Sidomulyo.

Tabel 3.2 Matrik wawancara pada industri rumahan tahu

No	Unsur	Hal yang akan diwawancara	Informan	Hasil yang diharapkan
1	Karakteristik <i>Morphologi</i> Indikator : 1. <i>Anchor age</i> 2. <i>Reachability</i> 3. <i>Dentitas</i> 4. <i>Range</i>	1. Latar belakang terjadinya kerja sama. 2. Bagaimana membangun kerja sama. 3. Mekanisme kerja sama. 4. Hubungan sosial dan interaksi dengan orang lain. 5. Membangun jaringan sosial. 6. Mekanisme pemasaran	1. Produsen tahu	Bentuk kerja sama, kepercayaan, jaringan sosial, bentuk hubungan sosial, tindakan sosial.
2	Karakteristik <i>Interaksional</i> Indikator	1. Gambaran kehidupan masyarakat. 2. Cara menjalin hubungan dengan orang	1. Produsen tahu	Kehidupan sosial masyarakat, jaringan sosial yang luas, hasil

	<p>:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Conten</i> 2. <i>Directe dness</i> 3. <i>Durabi lity</i> 4. <i>Intensitas</i> 5. <i>Frekuensi</i> 	<p>lain.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Intensitas bertemu dan berinteraksi. 4. Kepedulian terhadap kualitas hasil produksi. 5. Mengembangkan produk yang di produksi. 6. Mekanisme penetapan harga produk. 		<p>produksi pengembangan usaha, harga yang stabil.</p>
--	--	--	--	--

Sumber : Diolah oleh peneliti

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara. Dokumen pada penelitian ini yaitu ga,bar yang peneliti ambil waktu observasi berupa gambar proses pembuatan tahu dan pemasaran tahu.

3.8. Teknik Analisis Data

Teknik Analisis Data yang digunakan untuk menganalisa jaringan sosial dan keberlangsungan usaha adalah analisa data model interaktif, dengan teknik ini setelah data terkumpul dilakukan analisa melalui tiga komponen yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan dengan verifikasinya. Ketiga komponen tersebut saling berinteraksi dan berkaitan satu sama lain sehingga tidak dapat dipisahkan dari kegiatan pengumpulan data. Untuk lebih jelasnya masing-masing dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Reduksi data

Peneliti melakukan reduksi data dari hasil wawancara dan observasi. Peneliti memilah data sejenis dan dijadikan satu dalam kelompok reduksi data.

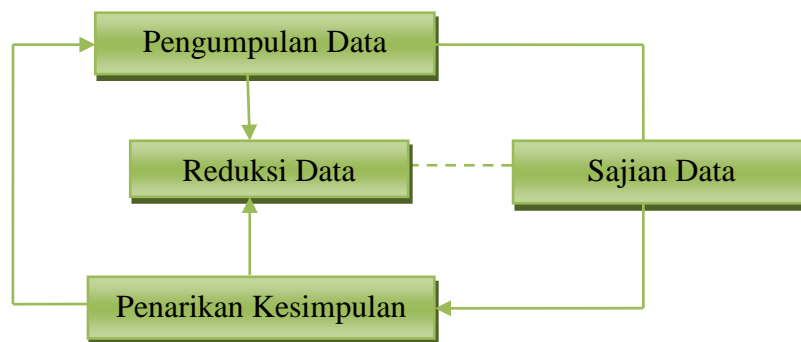
2. Penyajian data (*Data Display*)

Peneliti menyajikan data dari hasil reduksi data yang sudah dilakukan sesuai dengan tema pada kelompok reduksi data tersebut. Penyajian data tersebut dilakukan di dalam matriks bersama dengan reduksi data.

3. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Peneliti melakukan penarikan kesimpulan dari hasil reduksi dan penyajian data, kesimpulan tersebutlah yang peneliti tampilkan dalam bab hasil dan pembahasan.

Model analisis interaktif seperti yang dikemukakan Sutopo terlihat seperti bagan berikut (Sutopo, 2005):



Gambar 3.1 Mode Analisis Interaktif

Sumber : Di olah oleh peneliti

3.9. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Pengujian keabsahan data atau uji validitas data dalam penelitian ini dilakukan untuk memeriksa apakah hasil penelitian yang dihasilkan telah akurat atau belum dengan menerapkan prosedur-prosedur tertentu (Creswell, 2012).

1. Triangulasi Sumber data

Peneliti menggali kebenaran informasi berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi serta artikel atau jurnal nasional yang peneliti temukan selama proses menyusun hasil.

2. Triangulasi metode

Dalam melakukan pemeriksaan data peneliti membandingkan data yang berasal dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi.

3. Triangulasi waktu

Peneliti memanfaatkan waktu luang informan untuk mendapatkan dan menggali kebenaran data yang sudah peneliti kumpulkan.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan materi yang sudah dipaparkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Jaringan sosial di industri tahu tidak berhasil dibentuk. Kensekuensi-nya jaringan sosial tidak dapat difungsikan maka industri tahu tidak mengalami perkembangan. Padahal fungsi dari jaringan sosial untuk memperluas pemasaran produsen tahu. Dengan adanya jaringan sosial produsen tahu dapat menambah atau menaikkan konsumen melalui hubungan sosial yang dibangun dari teman, saudara dan tetangga.
2. Produsen tahu hanya melakukan pemasaran secara tradisional atau dilakukan secara langsung di pasar. Produsen tahu belum berhasil melakukan pemasaran produk secara digital melalui media sosial. Hal tersebut terjadi karena produsen tahu tidak memahami penggunaan teknologi, khususna pemasaran digital. Sehingga untuk dapat melakukan pemasaran digital, produsen tahu dapat melakukan pemberdayaan terhadap pelaku industri tahu dan melakukan *intergeneration equality* (Kesetaraan antargenerasi). Konsep kesetaraan antar generasi merupakan konsep kerja sama antar generasi milineal dan generasi milenium untuk mengembangkan industri tahu sesuai kapabilitas setiap generasi.
3. Jaringan sosial dalam industri tahu dapat difungsikan untuk membentuk organisasi, sebagai upaya dalam mengembangkan kawasan industri tahu. Organisasi tersebut dijadikan wadah untuk mencegah dan mengatasi segala permasalahan dalam lingkungan industri.

6.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut ;

1. Dalam proses pengembangan industri tahu, pelaku industri mengalami berbagai kendala yaitu kendala bahan baku, modal dan pemasaran. Harga bahan baku yang setiap hari mengalami kenaikan, serta modal yang di dapat tidak begitu besar dan pemasaran tahu yang mengalami naik turun menjadi kendala utama pelaku industri tahu. Pemasaran tahu yang sering mengalami naik turun akibat banyaknya persaingan, tergantung pada kondisi ekonomi masyarakat setempat serta keterbatasan dalam melakukan pemasaran. Banyaknya persaingan menyebabkan konflik horizontal di lingkungan industri tahu. Sehingga untuk mengatasi kondisi tersebut pelaku industri tahu perlu mendirikan organisasi yang dapat dijadikan wadah untuk berdiskusi dalam menyelesaikan masalah dalam pengembangan industri tahu.
2. Industri tahu di Dusun Sidorahayu belum berhasil melakukan pemasaran produk secara digital. Produsen tahu belum memiliki kapabilitas dalam menggunakan teknologi digital. Selain itu produsen tahu menganggap pemasaran secara digital tidak dapat memberikan pendapatan secara pasti. Maka produsen tahu tidak dapat berada dikondisi pemasaran era digital dan tidak dapat memanfaatkan ruang digital untuk memasarkan tahu. Sehingga untuk dapat mencapai kondisi tersebut pelaku industri tahu harus melibatkan generasi muda dalam pengembangannya, serta melakukan pemberdayaan terhadap pelaku industri tahu.

DAFTAR PUSTAKA

- Amiruddin, S. (2014). Jaringan Sosial Pemasaran Pada Komunitas Nelayan Tradisional Banten. *Jurnal Komunitas* , 106-115.
- Aprilia, N. D., Waluyo, S. D., & Saragih, H. J. (2021). Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pertahanan* , 245-259.
- Arida, I. N. (2012). *Pariwisata Berkelanjutan*. Bali: Sustainpress.
- Arifin, Z. (2014). *Keamanan Dan Ancaman Pada Cyberspace*. MSIM4404.
- Aryanto, W. d. (2011). Model For Digital Economy In Indonesia. *International Journal Of Innovation In The Digital Economy*.
- Budiarti, M. S. (2016). Jaringan Sosial Kebertahanan Kegiatan Usaha Industri Kecil Di Desa Sukamaju Kecamatan Majalaya Kabupaten Bandung. *Jurnal AsBispreneur* , 221 - 230.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *PUBLICIANA* , 140-157.
- Creswell, J. W. (2017). *Research Desigh : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Damsar. (2002). *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- David, F. R. (2004). *Manajemen Strategis*. Jakarta: Indeks.
- Fitriyani, W. (2019). Jaringan Sosial Pengusaha Industri Kecil Dalam Produksi Tahu Di Desa Sumber Asri Kecamatan Lubai Ulu Kabupaten Muara Enim.
- Gunawan, G. (2019). Memanfaatkan Era Ekonomi Digital Untuk Memperkuat Ketahanan Nasional. *Jurnal Kajian Lemhannas RI* , 5-11.
- Haryono, T. (2010). Pentingnya Menjaga Dan Meningkatkan Hubungan Baik Dengan Konsumen Dalam Masa Krisis. *Jejak* , 75-82.
- Irawati, R., & Prasetyo, I. B. (2021). Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Dan Mempertahankan Bisnis Di Masa Pandemi (Studi Pada UMKM Makanan Dan Minuman Di

- Malang). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)* , 114-133.
- Irawan, B. R. (2015). Dampak Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pada Peluncuran Produk Baru Dalam Industri Rokok). *AGORA*, 3(1), 127– 137.
- Junaidi, M. (2015). Pengembangan Kawasan Industri Dalam Memaksimalkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Semarang Suatu Perspektif Konsep Pembangunan Berkelanjutan. *J. DINAMIKA SOSBUD* , 57-68.
- Kennedy, R. (2010). Jaringan Sosial Industri Kecil (Studi Kasus Tentang Modal Sosial Dalam Pembentukan Jaringan Sosial Di Sentra Industri Kerajinan Kulit Di Dusun Manding). *Universitas Jaya Yogyakarta* .
- Maani, K. D. (2011). Teori ACTORS dalam Pemberdayaan Masyarakat . *Demokrasi* , 53-66.
- Matthew B Miles, M. H. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Melis. (2018). Keterlekatan Ekonomi Terhadap Kehidupan Sosial. *Jurnal Sosial Dan Budaya* , 65-76.
- Muhammad Syukron, d. (2022). Konsep Organisasi Dan Pengorganisasian Dalam Perwujudan Kepentingan Manusia . *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia* , 95-103.
- Mustaming. (2015). Persaingan Harga Dalam Usaha Dan Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). *Jurnal Muamalah* , 71-80.
- Nabila, A. P. (2021). Jaringan Sosial Pada Pengusaha Cafe : Story Coffe Roestry.
- Nulia, R. (2018). Jaringan Sosial Kopi Bubuk Di Kecamatan Enrekang Kabupaten Enrekang . *Jurnal Iain Palopo* .
- Peluang Dan Tantangan Ekonomi Digital Di 34 Provinsi Dan 24 Kota Di Indonesia*. (2020). Jakarta: East Ventures Digital Competitiveness Index.
- Piliang, Y. A. (2012). Masyarakat Informasi dan Digital: Teknologi Informasi dan Perubahan Sosial. *Jurnal Sositologi* , 143-156.
- PPN/Bappenas, K. (2021). *Perkembangan Ekonomi Indonesia Dan Dunia Triwulan II Tahun 2021* (Vol. 5). Jakarta: Kementrian PPN/Bappenas.
- Purwanto, A. (2013). Peran Jaringan Sosial Dalam Klaster Industri.
- Raco, J. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif : Jenis, Karakter Dan Keunggulan*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Rifky, R. B. (2018). Jaringan Sosial Pedagang Di Pasar Malam Cibadak. *Skripsi SI Jurusan Sosiologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta* .

- Rohji, A. F. (2015). Jaringan Sosial Pengrajin Genteng Di Desa Kaloran Kabupaten Nganjuk. *Paradigma* , 02, 1 - 6.
- Sayekti, N. W. (2018). Tantangan Perkembangan Ekonomi Digital Di Indonesia. *Kajian Singkat Terhadap Isu Aktual Dan Strategis* , 19-24.
- Setiawan, W. (2017). Era Digital Dan Tantangannya. *Seminar Nasional Pendidikan* , 1-9.
- Sri Rahayu, D. (2021). Kajian Tentang Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Penjualan Di Anne Kamper's Pariaman. *Jurnal Pendidikan Tambusai* , 2652-2660.
- Statistik, B. P. (2020). *Profil Industri Mikro Dan Kecil*. Jakarta, Indonesia: BPS RI.
- Sururi, A. (2015). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Pembangunan Infrastruktur Perdesaan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Kecamatan Wanasalam Kabupaten Lebak. *Jurnal Administrasi Negara* , 1-25.
- Syaripah, A. S. (2019). Strategi Penetapan Harga Jual Pada PT Pressindo Engineering Indonesia. *Jurnal Mahasiswa Bina Insani* , 105-114.
- Syukran, M., Agustang, A., Idkhan, A. M., & Rifdan. (2022). Konsep Organisasi Dan Pengorganisasian Dalam Perwujudan Kepentingan Manusia. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia* , 95-103.
- Triyanti Riatie, Y. C. (2014). Peran Jaringan Sosial Nelayan Pada Pemasaran Tuna, Cakalang, Dan Tongko : Studi Kasus Dikota Kendari.
- Wahyudi, Y. G. (2019). Dari Relasi Menjadi Pelanggan (Studi Kasus Jaringan Sosial Pelepas Uang Dikabupaten Semarang). *International Journal Of Social Science And Business* , 120-130.
- Wibisana, A. G. (2017). Perlindungan Lingkungan Dalam Perspektif Keadilan Antar Generasi : Sebuah Penelusuran Teoritis Singkat. *Masalah-Masalah Hukum* , 9-19.
- Widowati, I. (2016). Pengaruh Pemberdayaan Terhadap Karakteristik Sosial Ekonomi Petani Cabai Merah Di Desa Sukoharjo Kecamatan Ngaglik Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal EMBA* , 1598-1603.
- Wijaya, M. (2007). *Sosiologi Ekonomi*. Surakarta: Lindu Pustaka.
- Wowor, K. (2017). Penerapan Prinsip Berkelanjutan Sebagai Upaya Pencegahan Kerusakan Lingkungan Hidup Dibidang Pertambangan Ditinjau Dari UU Nomor 4 Tahun 2009. *Agri-SosioEkonomi Unsrat* , 343 – 354.

- Yadewani Dorris, K. H. (2019). Pengembangan Usaha Kuliner Home Industry Sebagai Peluang Kaum Perempuan Menuju Industri Kreatif. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* .
- Yuliyanti, Z. (2017). Jaringan Sosial Pengusaha Home Industry Batik Tulis Dalam Mengembangkan Usaha (Studi Kasus Batik Sapuan Di Desa Tunjungsari, Kecamatan Siwalan, Kabupaten Pekalongan). *Skripsi SI Jurusan Sosiologi Universitas Negri Semarang* .
- Zakia, M. A. (2018). Jaringan Sosial Pengusaha Industri Rumahan Anyaman Rotan (Kajian Kualitatif di Desa Balagedog Kecamatan Sindangwangi Kabupaten Majalengka).
- Zulfa, F. N. (2018). Jaringan Sosial Pengusaha Sepatu Kulit Home Industry. *Paradigma* , 1-6.